

United Internet Media Portfoliomarke rüstet sich für 2012

GMX.at startet Portaloffensive

Karlsruhe/ Wien, 20. Dezember 2012. GMX.at, Österreichs führendes Kommunikations- und Serviceportal und reichweitenstärkstes Einzelangebot im österreichischen Internet, hat die Weichen auf Expansion gestellt. Rechtzeitig zum Jahreswechsel wurde der lokale Österreich-Channel des GMX Portals inhaltlich umfangreich erweitert und zu einem eigenständigen österreichischen Portalangebot mit erweiterter eigener Österreich-Redaktion ausgebaut. In jetzt insgesamt 14 redaktionellen Themenmagazinen und -umfeldern – von A wie Auto über L wie Lifestyle und N wie Nachrichten bis W wie Wissen – finden die Nutzer ab sofort noch mehr aktuelle lokale und regionalspezifische Informationen rund um alles, was Österreich bewegt. Aber nicht nur die Startseite von GMX und die Themenmagazine, sondern insbesondere auch die Aufmacherthemen sowie die saisonalen und Event-Specials warten jetzt mit noch mehr rot-weiß-roten Inhalten auf. Services und Dienste wie Wetter, TV Programm oder Single- und Jobbörsen sind jetzt ebenfalls noch „österreichischer“, ebenso Integrationen wie der Routenplaner und Promillerechner, die auf Österreich bzw. österreichisches Recht angepasst wurden. Auch der Blick über den nationalen Tellerrand kommt nicht zu kurz: Große Stärke von GMX.at bleibt unverändert die internationale Berichterstattung, für die eine rund 40-köpfige Portalredaktion sorgt.

Die redaktionellen Umfelder des GMX Portals erfreuen sich großer Beliebtheit bei den Nutzern. So besuchen im Durchschnitt über 90 Prozent der Nutzer von GMX Seiten mit redaktionellen Inhalten.* Damit hat das GMX Portal eine größere Content-Reichweite als führende dedizierte Special-Interest-Segment-Topseiten.

„Mit dem Relaunch der Homepage und dem Re-Design der Magazine im vergangenen Jahr haben wir bereits ein neuartiges Informations-, Service- und Unterhaltungserlebnis für GMX geschaffen, das von den Nutzern hervorragend angenommen wurde. Daran wollen wir jetzt mit unserer Inhalteoffensive anknüpfen und so die hervorragende Position von GMX.at im österreichischen Online-Markt für ein nachhaltiges Nutzerwachstum weiter ausbauen“, erklärt Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media AG.

Werbeplattform mit noch vielseitigerem Special-Interest-Umfeldangebot

Mit dem Ausbau der Themenmagazine auf GMX.at kann United Internet Media Austria sein Mediangebot im Bereich Special-Interest-Umfelder maßgeblich erweitern. So profitieren werbetreibende Unternehmen auf Basis eines deutlich erweiterten Umfeld-Inventars von leistungsstarken Displaymöglichkeiten in seitenintegrierten Großformaten des Premium Ad Package wie Halfpage Ad, Pushdown Ad, Banderole Ad und Video-Formaten in Maxi AD Größe sowie von Serviceintegrationen, (Branded) Advertorials, Specials zu Themen-Events oder Sponsoring. Sie erhalten damit noch mehr hochaffine Media für Brandingkampagnen und hochwertige Markeninszenierungen in Special-Interest-Umfeldern, die zudem hohe, häufig vergleichbaren Angeboten überlegene, Reichweiten und hohe Nutzungsfrequenzen bieten.

„Mit dem Ausbau der Themenumfelder und der GMX Plattform zu einem eigenständigen, lokalisierten österreichischen Portal können wir der großen Nachfrage nach reichweitenstarken Brandingkampagnen mit hochwertiger, effizienter Zielgruppenansprache, wie wir sie mit TGP bieten, in Kombination mit hochinvolvierenden Special-Interest-Umfeld-Platzierungen noch besser Rechnung tra-

gen. Die kombinierte Relevanz aus Zielgruppenreichweite und Umfeld-Involvement ist ein Media-Asset, das Werbetreibenden einen klaren Leistungsvorteil bietet“, begrüßt Christopher Sima, Geschäftsführer United Internet Media Austria, die Portaloffensive.

* Quelle: AGOF internet facts 2011-08; Zeitraum: August 2011; eigene Berechnung United Internet Media; redaktioneller Bereich GMX: Themenportal inkl. Homepage; Basis: Onliner-WNK

GMX.at

GMX.at (www.gmx.at) ist das führende Kommunikations- und Serviceportal sowie reichweitenstärkste Einzelangebot im österreichischen Internet (ÖWA Plus 2011-II). Neben dem beliebten GMX E-Mail-Dienst – einer der erfolgreichsten Kommunikationsdienste im deutschsprachigen Internet – stellt GMX.at seinen Nutzern täglich aktuelle Inhalte in 14 Themenmagazinen, zahlreiche Online-Dienste und -Services wie u.a. Wetterinformationen für alle Bundesländer und das TV-Programm sowie umfangreiche Unterhaltungs- und Shoppingwelten zur Verfügung. Mit seinem vielseitigen Portal, innovativen, umfeldintegrierten Werbeformaten und leistungsstarken Targetinglösungen zur effektiven und effizienten Zielgruppenansprache bietet GMX.at werbetreibenden Unternehmen eine hochwertige Werbepattform mit einem reichweitenstarken Zugang zu attraktiven, kaufkräftigen Nutzergruppen. GMX ist eine der Kernmarken der börsennotierten United Internet AG (ISIN DE0005089031) und wird durch die United Internet Media Austria GmbH (<http://united-internet-media.at>), Wien, vermarktet.

United Internet Media – The fine Arts of digital Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-Werbung.

Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketingspezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP®), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung entwickelt werden.

Als Drehscheibe zu rund 30 Millionen deutschsprachigen, über 240 Millionen europäischen und über 600 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzern-eigenen Online-Angebote und -Kooperationsangebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1, mail.com, SmartShopping.de sowie top.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf, Wien, London und New York.

INTERNETADRESSEN

GMX.at:

<http://www.gmx.at>

United Internet Media AG:

<http://united-internet-media.de>

PRESSESERVICE

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

United Internet Media Presselounge:

<http://united-internet-media.de/presse>

KONTAKTADRESSE

United Internet Media AG

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

D – 80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de